

درس ۵

از بازنمایی تا کلیشه



بحث ما در این درس، کلیشه و کلیشه سازیست.

ما در زندگی روزمره خیلی با آن سر و کار داریم.

کلیشه ها واقعا در زندگی خیلی از ما را احاطه کردند.

زندگی هایمان کلیشه ای شده باورهایمان کلیشه ای شده است.

در این درس می توانیم خیلی از کلیشه های که در ذهن بچه هاست را از بین ببریم.

خودمان هم همینطور

خودمان هم به کلیشه هایمان فکر کنیم که در زندگیمان چقدر اسیر کلیشه هایمان هستیم. در زندگیمان یک سری مسائل تکرار شده و جا افتاده و جرات شکستن بعضی از کلیشه ها را نداریم.

اولین موردی که می توانیم با بچه ها وارد چالش شویم ماشین زمان است.

بچه ها نظرشان را راجع به ماشین زمان بیان کنند.

فیلم **back to the future** سه گانه بود (بازگشت به آینده) یک چیز نشدنی است اصلا قابل ساخته شدن نیست.

بعضی چیزها محال هستند. علم هم که پیشرفت کند محال، نشدنی است (مثال: یک چیزی ساخته شود که مثلا شتر از داخل سوراخ رد شود بدون اینکه شتر کوچک شود یا سوراخ سوزن بزرگ. این محال است)

ماشین زمان یک چیز محال است ولی بچه ها چون زیاد تو فیلمها و سریال ها می بینند به این ماشین زمان باور دارند.

دومین مورد چالش با بچه ها، انسان از چند درصد مغزش استفاده می کند؟

مثلا فیلم لوسی در این مورد ساخته شده یا مثلا در کتابهای روانشناسی نوشته شده که انسان از ده درصد مغزش استفاده می کند. مثلا انیشتین از ۲۰ درصد مغزش استفاده کرده است.

معمولا بچه ها موضع می گیرند باید به آن ها بگوییم بچه ها در موردش تحقیق کنید و جواب را به من بگویید باید به بچه ها بگوییم بعضی چیزهایی که در زندگی ما دارای تکرار زیاد است امکان دارد درست نباشد.

تکرار زیاد دلیلی بر درست بودن یک موضوع نیست.

سومین مورد چالش بچه ها بازی نهنگ آبی است.

خیلی از خانواده ها از این بازی نگران شده بودند اصلا بازی به این نام وجود ندارد. یک چالش بود کانال تلگرامی بود که فرد سازنده اش در روسیه بود بعد می گفت این عکسها را به ترتیب برای من بفرستید. بعد می روید مرحله بعد

نهنگ آبی یک چالش بود.

چهارمین مورد می توانیم بحث کلیشه بدن را آغاز کنیم مثلا چرا همه اصرا دارند موهایشان را فر کنند و یا ...مواردی مشابه

یا الان می بینیم که بعضی روی صورتشان را کک می گذارند و این کلیشه شده درحالی که قبلا می رفتند عمل می کردند

این از کجا آمده ؟ از تکرار و تکرار و....آمده است.

مثلا لبهایی که تزریق ژل کرده اند

درواقع اینها کلیشه شده این مسائل آنقدر تکرار شده که کلیشه شده و ما باید جرات این را داشته باشیم با این که این مسئله زیاد است و بیشتر افراد این کار را انجام میدهند ولی آن را نمی پسندم.

زیاد بودن و تکرار دلیلی بر درست بودن یک مسئله نیست.

بحث برند و کلیشه

برندها یا همان نام های تجاری همه همان کلیشه ها هستند فقط تنها چیزی که هست برندها از یک آدمی استفاده می کنند و آن را به مرور زمان تکرار می کنند آن در ذهن ما می نشیند که به محض دیدن آن برند مثلا یاد کیفیت آن محصول و یا.... می افتیم.

مثلا ادم بنز را که می بینیم یاد یک ماشین قوی و.... می افتیم.

تقریبا می توانیم بگوییم برندها نتیجه همان کلیشه سازی ها هستند.

دردرس بعدی به این مسئله اشاره می کند یکی از فنون اقناع، تکرار است.

چرا پشمک حاج عبدالله برند شده؟

آیا کیفیت آن باعث شده که سر زبون ها بیفتد؟

ولی فقط به خاطر تکرار بوده است؟

یا مثلا چرا ماشین فیلتر سرکان دارد تبدیل به برند می شود؟ فقط تکرار بوده کسی از کیفیت آن خبر ندارد؟

تکرار نام تجاری یک محصول می توان آن را تبدیل به یک برند کند

هر محصول تجاری با کلیشه سازی تبدیل به برند می شود. اگر بسیاری از محصولات تبدیل به برند نشوند دلیلش این است که تکرار نشده اند.

مثلا محصول خوشگوار خیلی تکرار شده و تبدیل به برند شده است با این که از لحاظ کیفیت چندان مطلوب نیست و این عدم کیفیت به مرور زمان می تواند باعث شکست محصول شود.

فقط **تکرار** راز کلیشه نیست، **تعمیم** هم هست.

مثلا امکان دارد یک شهری برویم بگوییم یکبار آن شهر را رفتیم و برای هفت پشتم بس است ولی ما آن یکبار را تعمیم می دهیم کلیشه ای داریم از آن شهر در ذهنمان می سازیم با یک بار داریم آن را تعمیم می دهیم.

فیلم درس ۵ زود قضاوت نکنیم.

کلیشه بدن را نشان می دهد دو فرد هستند یکی از آنها با ریش بلند و یکی از آنها با کت و شلوار از آن طرف نشان می دهد که پلیسها دارند می دوند به سمت یکی از آنها و ما همه در ذهنمان این هست که پلیسها دارند می روند به سمتی که فرد با ریش بلند می روند که او را دستگیر کنند(ناخواسته این ذهنیت را داریم) در صورتی که پلیس به سمت فرد کت وشلواری رفته و او را دستگیر می کنند که مواد مخدر به همراه داشته است.

وفردی که دارای ریش بلند است می بینیم که به سمت بچه ای می رود و دوچرخه او را درست می کند.

نکته: اگر می خواهیم اثر ماندگار از خودمان به جا بگذاریم باید سعی کنیم کلیشه ها را بشکنیم

مثال: کلیشه شکستن در مورد سخن آب و برق مجانی توسط امام خمینی توسط خود آقای محمدی

امام خمینی اصلا نگفته بود که من آب و برق را مجانی می کنم

امام خمینی گفته بود دلخوش به این نباشید که من آب را مجانی می کنم برق را مجانی می کنم شما از من تعالی انسانی بخواهید.

جمع بندی: دو عنصر برای کلیشه داشتیم: ۱- تکرار ۲- تعمیم

تکرار اینقدر کلمه ای را می شنویم مال کلمه مدرسان شریف

تعمیم: یکبار چیزی را می شنویم و آن را تعمیم می دهیم

لوازم صوتی و تصویری ژاپنی چه ذهنیتی از آن داریم لوازم با کیفیت

توضیح زیاد نسبت به فیلم های ضد ایرانی ندهیم

....



بازنمایی سپاهیان ایرانی در فیلم ۳۰۰

فیلم ۳۰۰/فیم پرسپولیس/بدون دخترم
هرگز/آرگو/...

نکته برای کلیشه شدن موضوعی یا تکرار یا
تعمیم (یکی از این دو هم کافی است)
فیلم ۳۰۰/را به این دلیل در کتاب ذکر شده
وقتی بچه ها آن را ببینند متوجه می شوند که
غلط بوده

نکته اگر چیزی از رسانه تکرار نشود و نشان داده نشود شما هیچ وقت ذهنتان به آن سمت نمی
رود.

مثلا تا کلمه سر بریدن را بکار می بریم اسم داعش در ذهن ما تداعی می شود.

کلیشه مثبت/کلیشه منفی/

نکته بعضی از موضوعات هستند که نمی توان گفت آیا کلیشه مثبت است یا منفی

مثلا معلم های ریاضی سختگیرند نمی شود گفت این کلیشه منفی است یا مثبت

یا معتادی که دارای لباسهای ژنده و قیافه ژولیده در خیابان راه می رود می گوییم از یک جهت
کلیشه مثبت است چون باعث می شود کسی به سمت اعتیاد نرود.

در کتاب گفته آنهایی که به سمت ارزشها/محبوبیت ها/و...باشند را کلیشه مثبت در نظر می گیریم

عکث و مکث



داعش که می گوییم چه چیزی در ذهن ما نقش می
بندد از یک طرف با شمشیر سر می برد/اماکن
باستانی را خراب می کند/از طرف غرب تغذیه می
شود/نفت کشورها را می برد.....

وظیفه ما چیست؟ سعی کنیم کلیشه‌ها را بشکنیم و در واقع چهره دیگری از اسلام را نشان دهیم.



گفتگوی کلاسی ص ۳۴

شباهت‌ها و تفاوت‌های بین دو خانواده

در رسانه این تصاویر چگونه نمایش داده می‌شوند؟

از لحاظ (خانواده کم جمعیت / خانواده پر جمعیت)

۱- تعداد اعضای خانواده: کمتر از تعداد واقعی

۲- ترکیب اعضای خانواده: نامناسب و دارای حفره

۳- نقش اعضای خانواده: کم رنگ تر یا پررنگ تر از حالت واقعی

۴- روابط بین اعضای خانواده: خیلی سرد یا خیلی صمیمی

گفتگوی کلاسی ص ۳۶

- پدر: کلیشه‌ای کاربرد زیاد در ژانر درام و اکشن و استفاده بیشتر در فیلم‌های امروزی
- پدر: کلیشه‌ای کاربرد زیاد در ژانر رمان و استفاده بیشتر پر فیلم‌های قدیمی
- مادر: کلیشه‌ای کاربرد زیاد در اکثر فیلم‌ها چه قدیمی و چه امروزی و حتی در اکثر ژانرها
- محیط خانه: غیر کلیشه‌ای این صحنه حالت عمومی دارد اما با این حال چندان به صورت همزمان کاربرد ندارد.
- آشپزخانه باز: غیر کلیشه‌ای بیشتر آشپزخانه‌های امروزی باز و تکی می‌باشد. از این رو بیشتر در فیلم‌های قدیمی وجود دارد.
- فضای خانه روستایی: کلیشه‌ای بسیار به چشم می‌خورد در حالی که در اکثر روستاها فضای سبز چندان و جو دندارد.

- و آدم خوب وبد: در اکثر فیلمها به چشم می خورد که بسیاری موضوعات را برای بینندگان قابل پیش بینی نموده و یکی از اصلی ترین ضعف های فیلم ها می باشد.

گفتگوی کلاسی ص ۳۸

متأسفانه در بین رسانه های خارجی ایرانیان اکثرا خشن و حامی تروریسم جلوه داده شده اند که با زمینه سازی غرب ایجاد شده است. این مورد به برخی دیگر از مسلمانان نیز تعمیم داده شده است. بله در مورد ژاپن و چین می توان گفت که مردمانی بسیار سخت کوش و کاری جلوه داده شده اند که تا حد زیادی حقیقت دارد علت این امر می تواند سرعت پیشرفت بالای ژاپن و تولید ناخالص داخلی چین باشد.

پیشرفت های ایران
آقای محمدی